山陽新聞（夕刊）
2018年（平成30年）6月6日　水曜日

一日一題

行商は見た①ポイントカードは何枚？

リゾーム専務　金藤　純子

読者の皆さまはポイントカードを何枚お持ちでしょうか？　スーパー、ショッピングセンター、百貨店やレストランなどが発行するポイントカード。お財布には合計10枚以上入っている、という方も珍しくありません。

お買い物先のレジでカードを提示すると100円につき1ポイント付与、これが一般的な特典です。ポイントがたまると、お買い物券や値引き特典として使えます。お得意さまにはポイントアップのキャンペーンやプレセールのご案内メールが届きます。ある一定の利用金額を超えると次年度は割引率が高くなり、お得意さま専用の休憩サロンや、さまざまなご優待サービスが用意されるカードもあります。

これはショップ側からすればコストです。お金や手間をかけてポイントや特典を付与しています。では、なぜショップはポイントカードをお勧めするのでしょうか？

継続的にお買い上げくださるファンづくりが会員組織をつくる狙いの一つです。が、真の目的は、コストをかけても手に入れたい情報があるからです。

私の勤める会社は、ポイントカードの顧客分析システムを開発しています。ユーザー企業向けにサービスを提供する黒子のため、消費者と直接的な接点はありません。しかし私たちの分析結果がユーザー企業の意思決定と施策につながり、ライフスタイルや消費行動に影響を与えています。毎週岡山と東京を往復する「行商生活」を送っていますが、四半世紀にわたり、データ分析や活用支援に携わってきました。企業がどんなマーケティングを行い、生活をより良くすることに役立てているのか。行商が見た世界をお伝えします。

2018・6・6



◇筆者紹介（かねとう・じゅんこ）
神戸大法学部卒。JTB勤務を経て、1999年にリゾーム入社。2007年から現職。ショッピングセンター（SC）の顧客動向調査やコンサルティングなどを担当。社内組織・SCトレンド研究所の所長も兼ねる。倉敷市出身。54歳。